



HAL
open science

De la nécessité de sortir du cadre : Compte rendu de l'exposition “ La naissance des grands magasins. Mode, design, jouets, publicité, 1852-1925 ”

Yohann Guffroy

► To cite this version:

Yohann Guffroy. De la nécessité de sortir du cadre : Compte rendu de l'exposition “ La naissance des grands magasins. Mode, design, jouets, publicité, 1852-1925 ”. *Artefact : techniques, histoire et sciences humaines*, 2024, 21, pp.389-394. 10.4000/12o40 . hal-04844478

HAL Id: hal-04844478

<https://hal.science/hal-04844478v1>

Submitted on 19 Dec 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License



Artefact

Techniques, histoire et sciences humaines

21 | 2024

**Les savoirs sur la Chine, entre terrain et bibliothèques
(XVI^e-XIX^e siècle)**

De la nécessité de sortir du cadre

Compte rendu de l'exposition « La naissance des grands magasins. Mode, design, jouets, publicité, 1852-1925 »

Thinking outside the Box. Review of the Exhibition “La naissance des grands magasins. Mode, design, jouets, publicité, 1852-1925”

Yohann Guffroy



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/artefact/16472>

DOI : 10.4000/12o40

ISSN : 2606-9245

Éditeur :

Presses universitaires de Strasbourg, Association Artefact. Techniques histoire et sciences humaines

Édition imprimée

Date de publication : 11 novembre 2024

Pagination : 389-394

ISBN : 979-10-344-0246-5

ISSN : 2273-0753

Référence électronique

Yohann Guffroy, « De la nécessité de sortir du cadre », *Artefact* [En ligne], 21 | 2024, mis en ligne le 11 novembre 2024, consulté le 13 novembre 2024. URL : <http://journals.openedition.org/artefact/16472> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/12o40>



Le texte seul est utilisable sous licence CC BY-NC-ND 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont « Tous droits réservés », sauf mention contraire.

De la nécessité de sortir du cadre

Compte rendu de l'exposition « La naissance des grands magasins. Mode, design, jouets, publicité, 1852-1925 »

Yohann Guffroy

Du 10 avril au 13 octobre 2024 se tient au musée des Arts décoratifs de Paris le premier volet d'une belle exposition intitulée « La naissance des grands magasins¹ ». Grâce à une grande diversité d'archives, cette manifestation propose au public une exploration de la mise en place et des développements rapides au cours de la seconde moitié du XIX^e siècle de ces « temples de la consommation » qui ont façonné et continuent de structurer l'imaginaire parisien². Pensée par la commissaire générale Amélie Gastaut, les commissaires associées Anne Monier Vanryb et Marie-Pierre Ribère³, et scénographiée par Marion Golmard, l'exposition offre aux visiteurs et visiteuses une déambulation dans huit salles thématiques qui permettent de traverser la période 1850-1920.

389

Parcours de l'exposition : flâner dans les magasins

La visite commence par replacer cette époque dans un contexte culturel et urbain plus large en offrant quelques perspectives sur le Second Empire. Tableaux de propriétaires de grands magasins, plans des travaux du Baron

1. Une deuxième exposition dans la continuité de celle-ci prendra place du 6 novembre 2024 au 6 avril 2025 à la Cité de l'architecture et du patrimoine de Paris.

2. Galluzzo, 2020 ; Daumas, 2020.

3. Les commissaires ont été assistées d'Axelle Baroin, Romain Condamine, Christelle Di Giovanni et Astrid Novembre.

” Yohann Guffroy, « De la nécessité de sortir du cadre. Compte rendu de l'exposition “La naissance des grands magasins. Mode, design, jouets, publicité, 1852-1925” », *Artefact*, n° 21, 2024, p. 389-394.

Hausmann, cadastres, gravures des expositions universelles à partir des années 1850, affiches publicitaires et journaux de mode à destination des dames sont les principaux items exposés. Cette première salle donne le ton de l'exposition : multiplier les archives et les types de documents pour varier les approches, archives qui proviennent pour la plupart des fonds patrimoniaux des grands magasins. Au fil de la visite, le public est invité à découvrir différents aspects de ces établissements, de la relation patrons-employés à la vente par correspondance en passant par les soldes ou les jouets, sans oublier une incursion au ^{xx}e siècle un peu abrupt du côté de l'exposition des arts décoratifs et industriels modernes de 1925⁴.

Notre objectif n'est pas ici de présenter tout ce qui est exposé, tant l'ensemble est riche et varié. Nous ne nous attarderons que sur deux points qui ont particulièrement retenu notre attention. En premier lieu, nous n'avons pas boudé notre plaisir de voir s'afficher aux murs et dans les vitrines les visages ainsi qu'une partie du quotidien des employé.es de ces grands magasins grâce aux nombreuses photographies et gravures exposées. Celles-ci, concentrées dans la deuxième salle, permettent d'incarner ce personnel trop souvent décrit de manière générale et rendu indistinct. Les visiteurs et visiteuses peuvent alors détailler l'ensemble du personnel⁵ de l'une de ces enseignes et prendre la mesure à la fois de leur nombre, mais également de la dimension genrée des sections du magasin. Seule celle des chaussures pour hommes comporte à la fois des vendeurs et des vendeuses. À côté de ces photographies, les commissaires et la scénographe ont disposé quelques gravures illustrant différents services : quelques rayons, mais également celui du tri des articles, les cuisines et le réfectoire, ou encore le service d'entretien des machines liées notamment à l'éclairage ou au chauffage, rappelant par la même occasion la dimension hautement technique souvent occultée des magasins⁶. L'ensemble est accompagné de citations d'Émile Zola issues de ses notes de terrain en vue de la publication de son roman *Au Bonheur des dames* paru en 1883, qui nous ramène à la fois à l'effervescence de ces lieux, mais également à la grande difficulté des métiers, notamment celui de vendeur et vendeuse⁷.

4. Un changement scénographique qui pourrait probablement s'expliquer par une volonté de lier grands magasins et mouvement « Art déco » dont la plupart des objets du musée sont issus. Cela n'est cependant pas explicité.

5. Les employé.es restent néanmoins anonymes.

6. Une dimension brièvement explorée dans Tissaoui, 2012.

7. Il est cependant dommage que les commissaires n'aient pas pris soin d'indiquer les pages ou folios des citations de Zola.

À ce propos, les commissaires auraient pu aller plus loin en explorant le rapport de force existant entre les employé.es et les patrons, et ne pas seulement mettre en avant le caractère philanthropique de ces derniers⁸.

Le deuxième élément ayant retenu notre attention est la salle des correspondances, et plus particulièrement la présentation de nombreux catalogues d'articles vendus ou commandables en magasin. Outre la diversité des produits et donc la richesse de l'iconographie, cette pièce permet de s'interroger, du point de vue de l'histoire des techniques, sur la filiation entre les catalogues de manufactures du XVIII^e siècle et ceux des magasins du siècle suivant, et plus largement sur l'évolution du rapport à la consommation d'un siècle à l'autre. Sans entrer dans les détails, outre la multiplicité des articles, les premiers illustrent le savoir-faire des artisans/manufacturiers, dans la mesure où les vendeurs sont en grande majorité les fabricants. On peut donc y déceler une esthétique technique liée à la fois à la diversité des formes et des matériaux des articles, à leur mise en image, mais également à la mise en valeur des opérations techniques qui leur donnent forme. Avec les catalogues du XIX^e siècle, la permanence de la nature de cette esthétique se pose, puisque si l'on conserve les premiers éléments (formes, matériaux, image), il y a une franche rupture du point de vue des opérations. En effet, les catalogues proposés ne sont plus produits dans ce cas par les fabricants, mais par les vendeurs, modifiant d'une certaine manière le rapport aux objets illustrés⁹. Nous pourrions aller plus loin et nous demander si cette rupture ne participe pas de la différenciation entre la révolution de la consommation du XVIII^e et du début du XIX^e siècles d'une part, et la culture de la consommation qui émerge au tournant des années 1850, d'autre part. Si l'exposition n'apporte pas de réponse, elle stimule néanmoins la réflexion.

Sortir du cadre : les manques de l'exposition

Malgré la qualité générale de la scénographie et la multiplicité des items présentés, l'exposition souffre de l'absence du traitement de questions qui auraient permis de s'extraire des magasins sans pour autant les quitter. On relève en premier lieu une absence générale de réflexion critique autour du

8. Seuls quelques coupons d'un syndicat sont exposés et ils ne permettent pas de contrebalancer l'impression d'un paternalisme bienveillant présenté dans l'exposition.

9. Ce point reste néanmoins ouvert à la discussion et mérite de plus amples développements.

modèle de consommation qui se développe et les échos avec les pratiques contemporaines. Cet aspect sera possiblement exploré dans le second volet de l'exposition à la Cité de l'architecture et du patrimoine, mais on aurait *a minima* aimé lire des citations d'acteurs et actrices opposés au modèle des grands magasins. En l'état, le public ressort de l'exposition avec l'impression que l'ensemble de la société de la fin du XIX^e siècle soutenait sans réserve le développement continu de ces institutions parisiennes, alors que l'on sait que les magasins étaient accusés d'être des lieux de tentation, notamment pour les femmes¹⁰.

De façon plus surprenante, l'exposition manque également de discuter l'origine des produits vendus par les magasins, et donc de mettre en avant le tissu industriel français et le réseau d'acheminement des marchandises vers la capitale. Si l'on note la présence d'un portrait de Joseph Eugène Schneider, industriel du Creusot et fondateur avec son frère de Schneider et C^{ie}, ainsi que d'une affiche illustrant le développement du réseau ferré en France, il n'y a aucune explication concernant la fabrication et la provenance des articles manufacturés. Cela aurait été l'occasion d'évoquer les différents centres productifs nationaux, à l'image du Creusot, de Lyon, ou même Paris. Cela aurait par ailleurs pu conduire à questionner deux sujets que sont la provenance des matières premières et leur traitement, *quid* par exemple des colonies qui sont complètement absentes, et le recyclage ou le circuit de réutilisation des objets vendus, pourtant au centre des préoccupations de l'historiographie actuelle¹¹ ?

Suivant l'absence des grands centres industriels, et alors que l'exposition consacre une salle à la vente par correspondance, le public n'apprend rien non plus sur la diffusion du modèle des grands magasins en province alors que des historiens et historiennes se sont intéressés à la question il y a plus de vingt ans¹². Jean-Claude Dumas cite pêle-mêle « le Grand Bazar à Lyon en 1886, les Galeries à Amiens, Rouen et Montpellier en 1893, les Grands

10. Galluzzo, 2020, p. 45. Le même discours était tenu aux États-Unis et en Angleterre : voir Benson, 1988 ; Rappaport, 2001 ; Lacour, 2021. On pourrait d'ailleurs s'interroger sur l'existence et, le cas échéant, la teneur des critiques du monde ouvrier contre ces lieux et le type de consommation qui en découle.

11. Voir par exemple Bernasconi, Carnino, Hilaire-Pérez, Raveux, 2022. On relèvera tout de même que cette question semble évoquée dans un numéro spécial disponible à la boutique, intitulé « L'art de la récup' », numéro 11 du *Magasin du XIX^e siècle* (2022).

12. Notamment Beau, 2001, thèse malheureusement non publiée.

Bazars réunis à Bordeaux en 1894, les Nouvelles Galeries à Besançon en 1904¹³». Dans la même veine, il aurait été intéressant de se pencher le temps de quelques lignes sur le développement d'un éventuel changement de pratiques de consommation des clients et clientes de province, à tout le moins l'évoquer. Et l'on aurait pu aller plus loin en s'intéressant à la question des colonies, par exemple l'Algérie, dont une mention d'Alger est visible sur une affiche présentée dans la salle des correspondances, une ville qui a elle-même accueilli de grands magasins¹⁴. Une étude des provinces et des colonies aurait permis d'interroger quelques continuités et spécificités de ces lieux vis-à-vis de Paris¹⁵.

Par la richesse et la diversité des items présentés, l'exposition est à n'en pas douter particulièrement intéressante. Elle permet au public de découvrir les origines et les développements de ces établissements qu'il fréquente peut-être aujourd'hui et qui participent de l'imaginaire de la capitale. Toutefois, elle souffre peut-être un peu trop d'être elle-même une sorte de grand magasin dans lequel on flâne, on regarde, on discute avec son ou sa co-visiteuse, on achète, mais dont on ne peut pas sortir aisément. Cette exposition aurait pu être l'occasion de prendre le contrepied de ce que sont ces grands magasins, des formes de « prisons » de la consommation, en proposant justement de faire tomber leurs murs et de les diluer dans le contexte plus large du développement de la consommation au cours de la seconde moitié du XIX^e siècle. Et bien que l'on espère le contraire, le second volet de novembre 2024 à avril 2025 ne semble malheureusement pas prêt à aborder ces questions, mais vise plutôt à se projeter en plein XX^e siècle.

Bibliographie

BEAU Anne-Sophie, *Grand Bazar, modes d'emploi : les salarié-e-s d'un grand magasin lyonnais (1886-1974)*, thèse de doctorat d'histoire, Lyon, Université Lumière Lyon 2, 2001.

BENSON Susan P., *Counter Cultures. Saleswomen, Managers, and Customers in American Department Stores, 1890-1940*, Urbana, University of Illinois Press, 1988.

13. Daumas, 2020, § 25 de la version en ligne.

14. Mezghiche, 2020.

15. Un tropisme qui vient peut-être du fait que le musée des Arts décoratifs est un musée parisien et non national.

BERNASCONI Gianenrico, CARNINO Guillaume, HILAIRE-PÉREZ Liliane, RAVEUX Olivier (dir.), *Les Réparations dans l'histoire. Cultures techniques et savoir-faire dans la longue durée*, Paris, Presses des Mines, 2022.

DAUMAS Jean-Claude, « Les grands magasins et la modernisation du commerce de détail au XIX^e siècle », *Les Révolutions du commerce. France, XVIII^e-XXI^e siècle*, DAUMAS Jean-Claude (dir.), Dijon, Presses universitaires de Franche-Comté, 2020, p. 93-112, <https://books.openedition.org/pufc/20239?lang=fr>.

GALLUZZO Anthony, *La Fabrique du consommateur. Une histoire de la société marchande*, Paris, La Découverte, 2020.

LACOUR Jean-Pierre, *Le Développement du shopping et la naissance des grands magasins en Angleterre de 1870 à 1945 vus à travers le prisme de la théorie du désir mimétique de René Girard*, mémoire de master, Grenoble, Université Grenoble Alpes, 2021.

MEZGHICHE Tinhinène, *Rapports évolutifs entre ville et commerce en Algérie 1830-1962. Les Grands Magasins d'une rive à l'autre. Cas des Galeries de France d'Alger – Actuel Musée national d'Art moderne et contemporain (MAMA)*, mémoire de master, Blida, Université Saad Dahlab, 2020.

RAPPAPORT Erika Diane, *Shopping for Pleasure. Women in the Making of London's West End*, Princeton, Princeton University Press, 2001.

TISSAOUI Leila, « Électricité et environnement des grands magasins parisiens au XIX^e siècle », *Ambiances in action / Ambiances en acte(s). International Congress on Ambiances*, Montréal, 2012, p. 531-536.

L'auteur

Yohann Guffroy est post-doctorant à l'université de Genève (projet « Breathing Modernities »). Ses recherches portent principalement sur l'histoire des techniques et notamment la mise en image des objets techniques, domaine exploré dans sa thèse de doctorat soutenue à l'École polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL) en 2023 : *Représenter l'invention. Étude de l'évolution du dessin d'objet technique en Angleterre (ca. 1750-1850)*, en cours de publication.